

第11回技術と事業 (1) 食品企業の事例 上野様

修士学生：質問／コメント	回答／コメント
<p>複雑な味は味覚センサーでは測れないので、自分なりに図で共通言語化しているのはすごいと思った。これによってみんなが大好きなレトルトカレーができていくんだと驚いた。いつも食べてます。</p>	<p>ありがとうございます。すべてが味覚図で表現されるわけではないので、使わないことも多いです。ただし、評価は共有できないといけないので、新人研修で味嗅覚のトレーニングもあります。言語化の練習もやったりします。</p>
<p>目的の味について、グラフを使用したり言語化を行ったりと、表現しにくいものを表しているのが面白いと感じた。</p>	
<p>味覚センサはカレーのような複雑な味には使えない。味の定量化は目標の味を共有化することで評価していることを知った。</p>	
<p>食品事業の事例について学ぶことができた。</p>	<p>是非、他の食品メーカーの取組みも見てみてください。</p>
<p>スーパーの棚一つをとっても、売れるゾーンが存在するとは考えたこともなかったので、非常におもしろかった。次にスーパーに行ったときには、一つの棚での商品の配置や棚の並びに着目しながら買い物したい。</p>	<p>棚を見るとスーパーの意図が見えたりします。またその棚のリーダー企業が棚割りを作ることもあります。あからさまに他社を排除することはありませんが、色々な企画を試せるチャンスとなっています。</p>
<p>食品企業でいかにして新規事業が生み出されているか理解することができた。</p>	<p>新規事業はまだ試行錯誤が続いています。成功するかはこれからですので、見守ってください。</p>
<p>商品開発などの段階で出た問題や課題に対する解決策から、予定していなかったような利益を生み出すことができ、それがまた別な開発品として市場に広げていることを知り、あらゆる状況に沢山のチャンスが転がっているということを学ぶことができ、これから自分の生活の中に活かしていきたく感じました。</p>	<p>ふとしたことに気づけることは大変な能力だと思います。是非、日常生活から養ってください。</p>

<p>本講義では、私が実際に興味のある食品メーカーの方のお話で、とても興味がわきました。コロナの影響による食品業界のお話を最初にしていただき、動向を知った後にハウス食品グループのお話を聞くことで、どのような対策を行っているか、どのように方向転換していくかを知ることができました。物が売れない時代が来るかもしれない中、企業に勤めている方はどのように試行錯誤をしているかの一例を知ることができてよかったと思い、就職活動にも生かさせていけたらなと思いました。</p>	<p>一部、極端なお話もしましたが、食品メーカーも危機感を抱いているのは間違いないです。コロナ禍という大変な状況で就職活動も大変でしょうが、少しでも参考になれば幸いです。頑張ってください。</p>
<p>商品のを売るためには視覚に訴えかける為に陳列を工夫し、何段目に置くかも重要であると知り、売するための工夫というものを知りました。現在のライフスタイルに合わせて食品もアマゾンが台頭してくるうえ、コロナの影響により売り上げが上がらなくなってしまったため新規事業に着手するのはこの前の富士フィルムと同じだと思いました。</p>	<p>富士フィルムさんは新規事業の成功例ですが、多くの企業の新規事業の創出は試行錯誤中です。いずれにせよ各企業が既存事業の範囲を超えた取り組みを実行するケースが増えると思います。</p>
<p>私は電気系中心に企業研究を行なっているため今回の食品企業のお話はとても新鮮でした。涙の出ない玉ねぎの開発などの様々な研究を紹介していただき非常に興味をもったため、専攻が化学系、食品系を専攻していれば良かったなと思ってしまいました。逆に考えると、私の専攻分野を逆に羨ましく思う就活生もいる可能性もあると考え、自分の専攻を活かせるような企業を目指していきたいと改めて感じました。本日は貴重な時間ありがとうございました。</p>	<p>イノベーション創出のためには知と知の融合が必要であると言われております。そのために新たな知の探索が必要であると考えております。そのため弊社では多様性を重視しており、様々な専門性をもつ人材を採用し始めました。おそらく他社さんも同様な考えのところも多いかと思います。電気系の専門性は多くのところで活かせるような気がしますので、是非広く可能性を探ってもらえればと思います。</p>

<p>コロナ禍では、加工食品・生鮮食品の需要が増えていることが分かった。しかし、食品を買う方法が従来のスーパーに行って買う、という買い方から、ネットで商品を調べて宅配で購入するという買い方に変化しているということが分かった。新規事業を始めるにあたって、市場のニーズからターゲットを絞り、シーンを考えることが必要だと分かった。また、会社が進化していくためには、1つの知識を深め専門性を高めることも必要だが、知識の幅を広げて新市場に目を向けることも必要であり、どちらも怠ってはいけないことが分かった。</p>	
<p>コロナの影響でオフィス街のコンビニの売上げが減っていることに感心した。海外進出の際は、例えば国内では中食の消費が増えているが海外では異なる可能性がある。販売国、場所の各種データから需要を探る必要があると感じた。また、進出することでしか顕在化しないノウハウもあると考えられるため、小規模でも進出してみる必要があると感じた</p>	<p>テレワークの影響は色々なところで出ていますね。小売店への影響は大きいと思います。 仰るように食文化は非常にローカライズされているので、国による違いは大きいです。小さく始めて育てることが重要です。駐在員は一人で何役もしないといけないのでとても大変みたいです。</p>
<p>食品企業の中でもとりわけ開発研究について話していただき、今まで持ち得なかった食品研究が具体的にイメージできた。</p>	<p>拙い話でしたが、少しでもイメージできるようになっていただければお話しした甲斐があります。ありがとうございます。他の業種と比較するとさらに見え方が変わってくると思います。</p>
<p>食品業界の現在と未来について。従来は安泰といわれていた食品業界ではあるが、世界中の人口減少及び世界中での新型コロナウイルスの流行による影響により、食品業界にも変化が求められている。事業の中でも、レトルト食品等の食品部門がコロナ渦により在宅影響のため少し伸びたことや、外食部門では売上げが減少したこと等、その時その時の世界の状況を常に考えて企業は動く必要があるということを感じた。</p>	<p>世界の状況は思わぬところに影響していることも多いので、色々考察してみると面白いです。例えばコロナで世界的に出生率が大きく減少しています。たぶん2割くらいは減っているはずですが、数年後の教育分野への影響も大きそうですね。先生が余るかもしれませんし、学校経営も厳しい時期が来るかもしれないですね。これをチャンスと捉えている人もいます。状況を上手く読み解いて新しいことを考えてみてください。</p>
<p>商品を海外展開する場合に、オリジナルのまま売るのではなく、各国の嗜好に合わせた味や食べ方を導入するということが興味深かったです。</p>	<p>食文化は気候や特産物で大きく変わってくるので、現地に合わせる必要があります。嗜好の違いが大きいので、こんな味が美味しいの？となり、開発が大変です。</p>

<p>今回の講義では食に関する事業について様々なことを学ぶことでとても面白かったです。はじめの方のスーパーの棚のどこの部分に商品をおくのかや海外での展開において、例にカレーを取り上げていましたが、カレーを認知させレトルト商品をおり込むなど、その場ごとの苦勞や解決策を聞けるということがとてもよかったです。また、研究においては涙が出ないたまねぎというところはとても興味を持ちました。緑色になっている部分の研究を行っていた人がほかの涙に関する部分に関心を持ち、その原因を解明することができたのはほんとにすごいと思いました。このような点に注目するには知識をしっかりと学んでいる必要があると思うので、これを今後の大学院で学んでいきたいと思いました。</p>	<p>涙の出ないたまねぎに興味を持っていただき、ありがとうございます。このケースは小さな気づきから事業までたどり着いたのですが、企業でこれだけ長い間研究を続けられたのは、非常にまれなケースです。おそらく今だと途中で打ち切られていたでしょう。とはいえ、似たようなケースは色々あるでしょうから、小さな気づきを上手く使えるように普段の生活から大事にしてみてください。良い研究生活が送れるようお祈りしております。</p>
<p>食品業界は安定しているイメージがありましたが、厳しい現実であることはあまり知らなかったです。新事業としてのスパイスクレヨンが食品業界がやらなさそうな斬新的なことで面白いと思いました。また、ハウス食品といえばカレーのイメージがありましたが、カレー以外でも有名な商品を提供していたり、アメリカで豆腐事業を行っていることに驚きました。</p>	<p>このように変化の激しい世の中ですから、急激にもっと厳しくなっている業界もたくさんあります。変化を予測して実生活にも役立ててください。スパイスクレヨンは規格外スパイスを利用しているので、たくさん作ることができず、利益にはなりません。環境配慮製品の一例としてアピールしていきたいと思っています。発売された際には、是非使ってみてください。</p>
<p>サステナブルなスパイスクレヨンのお話が大変興味深かったです。サンプルなどの廃棄しなければならぬものにも活用方法がないか考えるところが素敵だと思いました。</p>	<p>ありがとうございます。SDGs 関連の取組みは、当社に限らず、これからも広まっていくと思います。クレヨンが発売された際には、是非買ってみてください。</p>
<p>食品業界について、分かりやすく説明して頂いて本当にためになりました。食は不可欠なものなので安定しているのかと思ったら、経営の面で見ると壁がたくさんあることに気づかされました。</p>	<p>食は身近で必要不可欠なものですが、その食べ方は変化しています。上手く変化を捉えられるよう弊社も努力していきます。</p>

<p>今まであまり調べてこなかった食品企業の実情や商品開発についてのお話はとてもおもしろく興味深かったです。アマゾンのお話で、スーパーがなくなるかもしれないということでもとても驚きました。このコロナ禍のなかでレトルト商品の売上が上がるというのは予想できましたが物流そのものにまで影響が出るのだと思いました。</p>	<p>スーパーが無くなるというのは少し大きさに話しましたが、世の中の変化が大きくなっていることは間違いないです。今までの当たり前が簡単に変わってしまいます。例えば、物流もドライバー不足が問題になっていますが、自動運転になるとそれも解決し、最適化が進んだ形で各社でシェアされる物流会社ができるかもしれません。そうすると物流がネックになって一部の企業で成り立っているチルドや冷凍などの商品棚にも色々なところが参入するかもしれません。</p>
<p>Amazonやスーパーがなくなるのかもしれないという話に衝撃を受けた。安泰で変動が少ないと食品業界に対してイメージを持っていたがどの業界でも今は変革の時期であり、新規事業への重要性や考え方が変わった。例にもあったが偶然の気づきから生まれた商品もあったり、目的へ向けた計画性のあるサービスなど新規事業にも様々なアプローチがあるのだと具体例とともに知ることが出来て面白かった。</p>	<p>新規事業の生み出し方は色々あると思いますが、このような変化を予測して先手を打つことも多いです。是非、変化に対応できるように様々な方向にアンテナを張ってください。</p>
<p>女性の方が味覚に優れているという統計データがあるのに、個人的には料理人は男性が多い印象があるので、統計データと個人的な認識に相違があると感じた。</p>	<p>実は味覚が優れていることと美味しい料理が作れることは別なのです。料理には創造性や技術も必要となります。料理人に男性が多いのは、体力勝負の部分があることや昔からの風土が残っているのかもしれないね。</p>
<p>本日はありがとうございました。自分は食品関係の企業についての知識が殆どありませんでした。今回の講義を通して、どのように新規商品を生み出しているのか、そして製品の購買意欲を竹めるために何を行っているのか等、今まで知らなかった知見について知ることができました。また、やはり現代は変化の多い時代であり、食品関連の事業でも新規事業の創出を行っていることを知っているという事実を知り驚きでした。新規事業について、実際に展開する事業は異なっても、その導出方法については広い産業分野で適用できる方法だと思いました。自分が社会人になったときに、実際に新規事業に関わった際に、このような方法を活かし、自分も新規事業を創出できる人材になりたいと思います。本日はありがとうございました。</p>	<p>新規事業の生み出し方は色々あるのですが、これが正解というものはありません。唯一言えるのは色々試すことだと思います。答えはお客様だけが知っているので、試行錯誤してみてください。そのために世の中の動向を捉え、柔軟な考えができるように色々なことを考えてみてください。</p>

<p>ハウス食品さんの新規事業であるスマイルボールは、既存事業での気づきがきっかけで開発されたということだった。ビザスクさんのサービスや富士フィルムさんの化粧品事業が生まれたきっかけでもそうだったように、気づきや既存事業の深化が新規事業開発には重要だということを改めて認識した。</p>	<p>普段の研究や開発の中での気づきを大事にし、新たなモノづくりができると非常に良いと思っています。気づき力は非常に大きな武器になりますので、普段の生活で鍛えてみてください。</p>
<p>食に関わる仕事でもビッグデータや味の共通言語化など用いていることを知り興味を持ちました。また、お客様の要望などを考えて多岐にわたる新規事業を行っていることを知り、抽象的ですがとても魅力的なことだと感じました。</p>	<p>ありがとうございます。ビッグデータを上手く活用したいというのはどこの企業も思っていることではありますが、当社もビッグデータを使ってお客様の健康に役立てたいと思っています。</p>
<p>新規事業の大事さを感じた。クッションとして、好きなテーマを多部署と組んだチームを作って研究するといった取り組みは非常に面白く、自分が就職した際に是非参加してみたいと感じた。</p>	<p>昔はアングラで取り組んでいたのですが、働き方改革などで業務の効率化が求められる中、新たな仕込みができなくなってきたので、制度化しました。Googleやスリーエムといった企業では20%（15%）ルールとしてよく知られている制度です。本当は制度にしなくても自然にできる環境が一番だと思います。</p>
<p>ハウス食品でのR&D及びそれを利用した企画、事業開発の経緯や手法などを具体例を通して理解することができた。</p>	<p>ありがとうございます。少しでも理解していただけると幸いです。</p>
<p>食は不可欠なもので、常にどこかに顧客は存在するという言葉が印象に残った。需要は必ずどこかにあり、どんな新規事業でも必要とされていると思った。また、ただ作るのではなく、技術や素材を生かしたソリューションを用いて、最も喜ばれる形で適切に届けられることは素晴らしいと思った。また、クラウドファンディングという仕組みは、より手軽に幅広く新規事業を始めることができるので感心した。</p>	<p>需要はどこかにあるのですが、ビジネスとして上手く回すのが難しいと苦しんでいるところです。クラウドファンディングは、色々な企業さんが面白い取り組みをしているので、見てみてください。</p>
<p>他分野である、食品業界の詳しい説明を受けることができてよかったです。スーパーの食品棚の、注目する割合が統計で出ていることに驚きました。</p>	<p>スーパーの棚の数字は実験で出したものになります。</p>

<p>涙の出ない玉ねぎの話が面白かった。何気ない小さな疑問から、イグノーベル賞につながったというのが、驚いた</p>	<p>最近、小さな気づきがとても大事だと感じる事が多いです。普段の生活からその能力を磨けると必ず武器になると思います。</p>
<p>生活の身近にあり、実際に使用したことのあるハウス食品さんが、キッチンカーレンタルを行っていることを初めて知りました。企画の考え方が、ただ顧客に商品を売るだけでなく、食事の提供場所まで考えていることが、やはり有名なハウス食品さんだと感じました。また、スーパーなどの陳列の仕方で売上が変わってくることで、陳列の仕方は営業の方が交渉するといっていました。どのような交渉をするのか疑問に思った。</p>	<p>キッチンカーはコロナの影響もあって大変重宝されています。大きな事業になるかはわかりませんが、少しずつ新しいことへチャレンジしていきたいと思えます。</p> <p>棚の陳列ですが、例えばバーモントを安くするので、この新製品をおいてくださいみたいなこともありますし、この商品はこのくらいの量のCMを入れますみたいなバイヤーが置きたくなるような策を講じて交渉します。他社さんも同様なので、競争は激しいです。</p>
<p>比較的安定していると言われる食品業界においても、ライフスタイルの変化による影響は及んでおり、新規事業創出への努力は不可欠であった。新規事業創出のことを「新しい顧客を捕まえる」と捉えるという部分がとても新鮮だった。</p>	<p>スーパーに買い物に来ている方の多くは主婦です。別の顧客にアプローチするにはスーパーという場所だと効率が悪くなります。そうすると新しい顧客と接点を持つためには自然と新規事業が必要となります。（もちろん例外はあります）</p>
<p>コロナの影響により食品企業の在り方にも影響が出てくるという話を聞いて社会の流れを把握することが大事だと感じました。陳列の話の中で視認の流れでどのように陳列するかの話が興味深くて面白かったです。タマネギの涙の出ないものを造ってイグノーベル賞をもらうなどハウス食品ではレベルの高いことを行っていると改めて感じました。新規事業においては存在している顧客のことを意識してその人たちに使ってもらえるようなものを考えることが大切だということが分かりました。</p>	<p>新規事業は社会の流れを読んで、そこで生まれる顧客の課題を如何に解決できるかが大変重要となってきます。是非、アンテナを広げて世の中を捉えてみてください。</p>

<p>今日はハウス食品グループの上野さんにお話を伺いました。その中で特に印象に残った話があります。それは、スーパーの売れる場所の話です。人の目線、視野角の関係で売れやすい位置があるというのはとても興味深かったです。そのほかにも他社と差をつけるためにパッケージの色味やデザインを工夫しているのでしょうか。疑問に思ったのはスーパーの売り上げです。売り上げが減少しているというグラフを見せていただきましたが、それは2015年までの話でした。コロナ禍になり、スーパーの売り上げは伸びたというデータもニュースで見たことがあります。コロナもいつまで続くかわからない現在、2015年までの話でスーパーの売り上げがずっと下がっていくと論じるのは危険ではないだろうかと考えています。日本の人口が減っていくのは確かですが、40年ほどはスーパーは安定ではないだろうかとは私は考えました。</p>	<p>ありがとうございます。スーパーの棚の話は、どこも似たような考えで作られていると思いますので、実生活でも観察してみてください。パッケージのデザインも視認性には大きく影響します。文字がはっきりわかるようにしたり、売り場で目立つようにしたり、工夫をしています。ただし、お客様に情報を伝えなければならないこともあり、当社のパッケージは文字が多くなってしまい、デザイン性が犠牲になっている気もしています。</p> <p>スーパーの売上は仰る通り、コロナの影響で上がっています。これがいつまで続くかはわかりませんが、企業が存続するためには最悪のシナリオを想定しておく必要があります。今のビジネスモデルが続けられれば、何も問題はないですし、もし最悪シナリオになった時にも準備ができていればチャンスに変えられると思っています。</p>
<p>食品事業が時代の流れに対してどのように対応したのか、どのようなことを行ったのかということについてイマイチ想像できなかったため、とても参考になる講義だった</p>	<p>食品業界はIT業界などと比べると進化が遅い業界です。90%以上が中小企業なのでデジタル化も進んでいません。色々な種類のものを作る必要があるため、人の手も多くかかり、工場の自動化もなかなか進みません。そんな中でもこれだけ変化の激しい世の中ですので、ゲームチェンジャーが現れ、一気に変わる可能性があります。</p>
<p>普段何気なく食べている食品の開発工程を知ることができて面白かった。商品を買ってもらうために店頭での配列や見栄えなど、人の心理？を利用して知って、別分野を組み合わせることで効果を増大させることができるんだなと思った。</p>	<p>どの食品メーカーも同じ条件なので、棚の場所取り合戦が非常に激しいです。営業の腕の見せ所となっています。</p> <p>最近では脳波を計測したりして、より詳細な消費者行動のデータを集めたりしています。</p>
<p>経営に関して、深化と探索という話がありその両立が大切という話がありました。深化に重きが置かれており、知を広げる探索がおろそかになりがちとあり、意外でした。陳列の話で、棚の左が認識率が低いとあって今後配置の工夫をスーパーで見たいと思いました。</p>	<p>深化と探索は、言葉では理解できるのですが、いざ実務になると探索はムダが多く発生するので、人とお金の余裕がないとできません。それを支えるためには収益が必要で深化も必要となってきます。両立が難しいですね。</p>

<p>開発について、単に新しい食品を作るだけでなく、顧客の買い物動線や、視線の位置による売れやすさなど、そこまで考えている事が印象に残った。また、タマネギの事例について、製造中の変色をきっかけに酵素を探すという基礎研究的な内容に持っていくことができるのは凄と思った。新事業につなげるためには知識や技術の蓄積が必要であるし、こういった研究こそがとても重要であると改めて実感した。一方で、タマネギは最終的に成功したから良いものの、ほとんどがすぐには役に立たない研究であろうし、そうした研究を許してくれる企業は多くないのではないかとも思った。One day a weekのような仕組みについてもいえることだが、新事業創出については企業の風土が大きく影響するように感じた。</p>	<p>タマネギについては、おっしゃる通りで、よく事業化できたと思います。当時の研究トップが隠して進め、守ってくれていたところもあります。たぶん、今の経営判断では途中で打ち切られると思います。One Day a Weekの仕組みは、逆にそんな風土を再構築しようという意味でスタートしています。成果が出るのはまだ先かもしれませんが、楽しみにしててください。</p>
<p>講義をしてくださる企業さんはどれも「知」の深化と探索のバランスよく行っている印象を得た。そのような企業の体質をよく調べて就職活動を行いたい。</p>	<p>弊社も含め表には成功事例しか出せないのも、色々な情報から上手いかなかったところまで分析できると企業の体質が良くわかると思います。</p>
<p>食品業界は海外市場へ進出するとき、まず、メニューを知ってもらって、食文化を展開することが効果的であるのは始めて知りました。この考え方が本当にすごいと思います。「棚段別購買力」の存在も始めて知りました。良い食品を作るだけでなく、消費者の行動を分析することも重要だとわかりました。クラウドファンディングの成功または失敗は、宣伝とユーザーの考え・認識に大きく左右されると思います。</p>	<p>やはり見たこともない料理をいきなり作ってもらうのはハードルが高いです。また、日本は調理に欠ける時間が非常に長く、海外ではキッチンが室内にないところや屋台で食べるのが当たり前のようなところもたくさんあります。食文化の違いに上手く当てはめることが重要となります。クラウドファンディングでは特定のユーザーにしか情報が届かないので、SNS広告なども重要となってきます。逆に言えば、特定のターゲットに絞ったSNS広告でその効果を検証することもできます。</p>
<p>ハウス食品さんが新規事業に対して考えていることがよくわかりました。</p>	<p>試行錯誤しているところなので、上手いかないものもあると思いますが、楽しみにしててください。</p>

<p>商品開発において視認性の高い位置を数値化していることを知り、商品を売るための取り組みの細かさに驚きました。近所のスーパーに買い物に行った際に、今回知った視認性の高い場所にどのような商品がおいてあるのかを確認してみるようと思いました。また、新規事業のお話を聞き、これから社会人となるにあたり、様々なところにアンテナを張り、世の中の変化に敏感でいる大切さを学びました。</p>	<p>スーパーは身近ですので、考察してみるとそのスーパーの意図がわかって面白いと思います。色々な工夫を感じ取ってください。</p> <p>アンテナを高く、小さな気づきを大事にして、変化に対応できるように鍛えておくことも役に立つと思います。</p>
<p>少子化や高齢化で胃袋産業は海外や新しい事業に展開しないと厳しいと言われている中で、涙の出ない玉ねぎはインパクトがありました。しかしインパクトで終わるのではなく、それを事業として成り立たせることが大切だと感じました。売り手と買い手で意外と予想外の売り上げにつながったり、資金集めのクラウドファンディングを、マーケティングツールとして利用するというのは驚きましたが、実際に事業として成り立つのリアルな意見も聞けて、実用的な使い方だなと感じました。</p>	<p>事業として成り立つかはやってみないとわからないことが非常に多いと感じています。小さく始めて感触をつかむことが多くなっていますので、いろんな企業の新規事業を研究しても面白いかもしれませんね。</p> <p>クラウドファンディングは特定のユーザーが対象となるので、そのあたりも考慮して分析する必要がありますが、購買を伴うので大変貴重な場になっています。</p>
<p>コロナ禍の食品の傾向や、クレヨンなどの新規事業の模索の必要性を感じることができた。</p>	<p>新規事業には探索活動が非常に重要です。今後の研究や就職にも役立ててください。</p>
<p>深化と探索の両方が大切であることを心に留めて、普段の研究活動や今後就職先を調べるときの判断材料にしたいと思いました。</p>	
<p>コロナの影響が内食業界にいい影響を与えていると言う話が印象的でした。また、ハウス食品とec市場は予想以上に関係が深いということが以外でした。</p>	<p>コロナの影響は良い面と悪い面があり、全体で見ると売上は減っています。相当苦しい状況の企業もあると思いますので、それらの企業がどのような戦略で巻き返しを図るのかなども注目しています。</p>
<p>仕事のうち一部の時間を自身がやりたいことができるということは働くうえで精神上とても良いものであると思いました。またそこで立ち上がった事業が会社として売り上げにつながることもあるのでしょうか？</p>	<p>One Day a Weekはスタートして3年経ち、自由にテーマを立てる風土ができてきました。いくつかの事業も見えてきていますが、まだ事業化できたものはありません。これからの期待してください。</p>

<p>今日のハウス食品の上野さんの話を聞いて、このコロナ禍で消費者が何を求めているのかが分かりにくくなっている現状を理解することができた。また、ハウスの「深化」、「探索」の話を聞いて、ただ利益追求のために「深化」に重きを置くのではなく、将来を見据えて「探索」を行うことの重要性を理解し、両方をバランスよく進めた結果が今のハウスであることを理解できた。また、涙の出ない玉ねぎの話を聞いて、通常時では発生しない現象に対する「気づき」を見つけることの重要性を理解することができた。今後研究を行う際にこの「気づき」を見逃すことがないようにしていこうと思った。</p>	<p>弊社も一時期、選択と集中とい戦略を取り、利益追求型で深化に偏った時期がありました。そのため仕込んでいるネタが枯渇してしまい、非常に苦しい思いをしました。その名残もあり、なかなか探索重視になれていない点もありますが、徐々に変わってきていると思いますので、期待してください。</p> <p>小さな気づきが大きな成果を生み出すこともあります。普段の生活から気づき力を鍛えてみてください。</p>
<p>他社の動向などについても多くの例をあげてください、大変参考になりました。事業戦略、研究開発などで、社外・グループ外の方(例えば同じ業界の研究者や経営者)との情報交換等の機会はどの程度あるものなのでしょうか。</p>	<p>業界団体の集まりは色々ありますし、個社での交流会も盛んです。</p> <p>私個人としては化学系や電子部品などの異業種も含めた新規事業担当者の会合に週一で参加しています。</p>
<p>このコロナ禍において保存食品の需要は高まっており、そのなかで加工食品を中心とした事業を展開するハウス食品の現状と海外展開の話はとても面白いものであった。これまで培った技術を利用した新事業の展開は2週前にFUJIFILMの話を聞いており、どこの企業においても現状維持ではなく会社の発展を目指さなければ廃れていくだけなのだと理解した。特にハウス食品が膨大な医療データを保存していることは知らなかったため、どの会社もこれまでの事業によって得られている副産物というのがあるのだろう。質問なのですが、自分が現在学んでいるのは物理学方面でありハウス食品などの会社には関係が薄い分野ですが、こういった人材にも貴社での需要はあるのでしょうか。</p>	<p>各社で新たな事業分野への挑戦が盛んになっています。存続するためには現状ではダメだという危機感があると思います。</p> <p>健康データは弊社というより一緒にやっている弘前大が所有しています。活用できる状況ではあるので、上手く解析して新しい価値を提供したいと思います。</p> <p>弊社では採用の際に専門性はほとんど気にしていません。逆に多様性を高める観点で異なる専門性を求めています。基本的にはどのようなパーソナリティの人材かを見るようにしています。</p>

<p>今回は、ハウス食品に事業について、貴重な講義ありがとうございました。食品企業でも今日聞いたように様々な事業があることに驚きました。特に、涙のでない玉ねぎの考案というようにある食物をピックアップするアイデアは自分でも想像がつかず、驚きでした。このような自分の気づきはたとえどんな些細なことでも発信していくことが重要だとわかりました。自分は理系で研究室に入っているのですが、気づきを大事にしていきたいと思います。</p>	<p>タマネギの事例が事業として成功するかはわかりませんが、新たな取組みには挑戦し続けなければならないと思っています。そのためにも色々な気づきを大事にしていきたいと思います。研究生活においてもとても重要ではありますが、脇道にそれてしまうような気もして、手を出せないことが多いと思います。周りの人と話すだけでも違ってくると思いますので、是非発信してみてください。</p>
<p>ハウス食品さんは各家庭での外食が増えたことによる需要の減少にたいしてコロナの影響により、好転したようでした。コロナの影響によって悪影響をうける例はよく耳にしますが、好転する例はあまりきかないので、興味深いと思いながらお話を聞かせていただきました。ハウス食品さんも例に出したように、富士フィルムさんのように、世の中の需要にあわせて新しい事業を行っていかなければ生き残ることができないと改めて感じました。</p>	<p>コロナの影響で、内食向け商品だけでなく、家庭内の生活に関わる製品・サービスは好転しております。この先の社会も思いもよらない変化があると思いますので、変化に対応できるよう新たな調整を続けたいと思います。</p>
<p>私が気になっている分野である食品分野の企業の話が聞いて良かった。今回印象に残ったのは深化と探索というものの両立の重要性と、ヒトの体にかかわるといふ食品としての観点から消費者のヒトの健康まで意識した取り組みをしているという点である。いくら大きな企業と言えど時代の流れやニーズをいち早く察知し臨機応変に対応する必要があるのだと感じた。また、カレーの廃棄物を利用して他の製品を作る環境を意識した事業も素晴らしいと思った。</p>	<p>今回の講義が業界の理解に少しでも役に立てれば幸いです。デジタル化やグローバル化が進み、社会の変化の速さが急速に増しているように感じています。我々も変化に対応できるような準備をしておく必要があります。特に環境配慮の意識は一気に高まっていると感じていますので、スパイスクレヨンのような取組みも今後増やしていきたいと思っています。</p>
<p>深化と探索の両利き運営についての話が印象に残りました。収益を生み出すためには深化が必要ですが、探索を怠ってしまっても本質が見えなくなってしまうという話が特に興味深かったです。</p>	<p>探索に力を入れすぎると利益を圧迫するので、バランスは難しいと思います。好調な時こそ、探索に力を入れる必要があります。</p>

<p>新規事業の必要性について、企業が存続するには外部環境に適応する変異が必要と聞き、コロナ禍で激変した世の中でどのように適応・変異するべきなのか考えさせられた。</p>	<p>この1～2年でコロナにより世界は一変しました。大変な打撃を受けている業界もあります。その中で生き延びるために試行錯誤しているところで、業界の立ち位置も変わってくるのではないかと思います。今後の社会を作っていく皆さん方にとっても見極めが重要かもしれません。</p>
<p>p.31で「複数のメンバーで並べて試食し議論する」とありますが、ここで味覚がずれてる人がいた場合、議論が出来ないと思うのですが、選考の時に味覚チェックなどはないのですか。</p>	<p>以前は選考の際に味覚の試験がありました。といっても味盲の方を判別するためでしたが、あまり意味がないので止めました。 味覚については、新人の時に味嗅覚のトレーニングもありますし、その後の業務で十分鍛えられます。</p>
<p>今回は様々な貴重な話をありがとうございました。周りの環境や技術ががどんどん変化している中、需要や販売方法もあわせていくことの大切さがよく分かりました。自分だけの環境や価値観だけでなく、広い視野で周りを見る力、コロナなどの突然の変化に対する対応力などを付けていきたいです。少し話がずれますが、私はスーパーでバイトをしているのですが、商品の置く場所など、確かに今回の話の通りにされている気がして、面白いなと思いました。</p>	<p>変化に対応するには、その変化をいち早く感じ取ることが重要です。感度高く、アンテナを張ってください。 スーパーでバイトされているんですね。商品はどこの売り場に置くかによっても売上が変わってきます。魚売り場に鍋の素を置いたり、肉売り場に焼肉のたれを置いたりすると売上は上がります。新しいカテゴリーの商品を開発するとどこにおいて良いかわからないものも出てきます。売り場のつくり方は研究されると面白いかと思います。</p>
<p>興味深い講義と、丁寧な質問ありがとうございました。講義後food textileについて調べ、食品廃棄量を減らす取り組みがこんなにもあったことに驚きました。私は自治体が食品ロス対策として行っている食品の詰め合わせの配布に参加したことがあります。食品を無料で配布するだけでなく、全く新しい商品に変える取り組みにもぜひ参加したいと思いました。食品の可能性が膨らみました。ありがとうございました。</p>	<p>当日はご質問ありがとうございました。FoodTextileも調べていただいたんですね。スパイスクレヨンも、もう少しすると販売されますので、ご期待ください。食ロス問題は業界的にも大きな課題として認識しています。我々も利益を出しつつ社会課題の解決にもつながるような事業を生み出す必要があります。何か良いアイデアがあればぜひ教えていただければと思います。</p>

<p>食品業界の動向でのお話で、アマゾン等のECサイトで生鮮食品が買えるようになることによって、スーパーマーケットが無くなる可能性がないわけではない、ということが衝撃であった。「食べる」という習慣はなくならないので、食品会社は安泰であるとイメージしていたが、人口減少やECサイトの発達によって、食品業界も変化をしていかなければならないと実感した。また、R&Dでのお話では、味のテストは、機械ではなく、舌で判断しているのが印象的で、特に目標の味を要素分解をして共通言語で共有化し、図を作成しているのが興味深かった。研究所での新たな取り組みである、新規事業創出に向けた「One Day a Week」は、これまでにないアイデアを創出すると共に、上野さんがおっしゃっていた「変わりづらい組織の体質」を良くすることができるのではないか、と思った。（今までに無いアイデア創出や既存の良さを認識することによって）</p>	<p>スーパーの話は極端な事例ではありましたが、社会の変化によって、食品業界も思いもよらない影響を受けることもあります。適応できるように新しい挑戦を続ける必要があります。</p> <p>味覚の話もそうですが、臨床試験などを実施すると機器での測定値よりも人間の感覚の方が鋭敏なことはたくさんあります。今後はこのようなセンサー関連の発展も注目しているところです。</p> <p>仰る通り「One Day a Week」を始めて、風土は変化してきました。特に最近はこの制度で何かやりたいと思って入社する人も増えてきて、若い人の種類が変わってきているように思います。</p>
<p>キッチンカーやイグノーベル賞、one day weekなど興味深い取り組みをしていてとても有意義な講義だった。</p>	<p>これからも新たな挑戦を続けていきたいと思っていますので、温かく見守っていただきます。</p>
<p>加工食品の製造や開発だけにとどまらず、新しい機能を持った食材を生み出したり、副産物を利用した製品やキッチンカー事業を行うなど、あらゆる視点から「食品」に関わってほしいというハウス食品さんの姿勢を伺うことができ、非常に興味深い講義だった。</p> <p>「スーパーが消えてしまうかもしれない」「食品メーカーもいらないかもしれない」という可能性を予測しながらも、新しいアプローチを続けていく姿勢が大切であることが分かった。将来は食品を扱う企業に就職したいを考えているので全講義の中でも特に今回の講義を心待ちにしていた。貴重なお話を聞くことが出来て嬉しく思う。</p>	<p>食品業界への就職を考えられている中、今回は少し極端な例で危機感をあおりすぎたかもしれませんね。</p> <p>スーパーやメーカーが無くなることはないとは思っていますが、大きく変化する必要があるとは思っています。就職を考える際にも今後の社会を読み解いて、どのような企業が生き残っていけるのか考えてみてください。正解はありませんが、考えることで食品業界の見え方も変わってくると思います。就活頑張ってください。</p>
<p>現在の食品業界を取り巻く厳しい状況を垣間見ることができて参考になった。食品会社としての様々なアプローチが興味深かった。</p>	<p>様々な社会変化が予想されます。変化に対応できる人材を目指してください。</p>

<p>専業主婦の方が減り家庭内調理の機会が少なくなることで、食品需要が変化しているように時代の流れで必要とされるものが変化していることを改めて確認した。その中で、日本の食文化を外国へ持ち込み展開することや涙の出ない玉ねぎの開発など、食品会社の強みを生かした新しい事業の創出には興味を惹かれた。</p>	<p>調理時間はどんどん短くなっていますが、世界的に見ると日本はとても長い方です。ほとんど調理をしない国も多く、食文化に合わせた海外展開が重要となります。</p>
<p>ハウス食品さんがコロナや高齢化社会といった環境にあわせて様々な事業に取り組んでいることを知った。また、利益となるかわからない探索を怠りがちになるが、探索も怠らない組織を目指すということで、現在のように外部環境が変わっても様々な視点から対応が可能となる強みであると感じた。</p>	<p>変化する社会の中で対応できるよう準備をしたいと思っておりますが、探索の方向性があるかはわかりません。未来のためにできるだけ多くのネタを仕込んでおきたいと思っています。</p>
<p>日本の大企業と言われる会社は、海外事業に一定の力を入れなければならないが、食分野においては特に大変ではないかと思う。その国ごとに文化が違い、その調査のためにリソースを割く必要がある。それゆえ現地法人の現地社員の発送というのがとても需要ではないかと感じた。知を継続して深める深化と、知の範囲を広げる探索という考え方の両立が重要であるが、これは経営者の最終的な決定によって決まると感じた。取捨選択し注力することも大切であり、なおかつその捨てた分の余力を新規へ回す。このバランス感覚が求められているのだと思う。企業の主力分野でない事業はなかなか知る機会がない。また一見関係のないように思えるが、大きな目標に向けて、異なる手段でのアプローチということであり、社会をより豊かにする上では欠かせないのだろう。</p>	<p>食文化は非常に変化しにくいですが、根付いてしまえば長続きするとも言えます。現地の人や風土、商習慣を理解し、現地に合わせた形で食を提供することが重要になるので、現地採用だけでなく、現地のパートナー企業と良い関係を築くのも大切です。探索活動で現業から離れすぎると上手くいかないことも多いので距離感も難しいです。</p>

<p>食は人にとって必要なもので安定だと思っていましたがライフスタイルの変化などで厳しい状況であることがわかりました。私も生鮮食品以外はほとんどアマゾンで買うようにしています。車を持っていないのでとても便利なのでこれからもっと需要が増えていくのではないかと思いました。そこで海外市場への進出や新規事業の創出に力を入れていることがわかりました。特に新規事業の創出が興味深かったです。製品開発の流れで企業側から新しいものを提供することでお客様に気づいてもらうということに共感できました。新規事業では高齢者への取り組みが興味深かったです。現在、ヘルスケア分野に力を入れている企業が多いと聞いています。これから様々な点でアプローチできるのではないかと思いました。そこでヘルスケアには力を入れているのか疑問に思いました。</p>	<p>amazonは便利ですねよ。Uber Eatsも定着してきています。これがドローンで運ばれてきたらもっと早く、安く使えると思います。ゴーストレストランも増えるでしょうね。調理を全くしなくなってamazonですら食品を買わない時代になるかもしれません。色々な変化を予測して、新たな挑戦を続けていくことが重要だと思っています。その中でヘルスケアも注目領域の一つです。</p>
<p>食品業界について詳しくお話してくださりありがとうございました。食品業界は就職先として考えている業界の1つなので興味深く聞くことが出来ました。製品開発をするまでに多くの試作をするのはわかっていましたが、コンセプト調査や試作品調査、さらには量産化の検討もしてから生産に着手するということが意外と大変な道のりだということがわかりました。また、深化と探索の話では、深化ばかりを継続し、探索を怠っている企業もあり、探索を怠ると衰退する可能性もあるということで、両利きの経営の大切さがわかりました。</p>	<p>業界全体が弊社と同じような開発体制ではないと思いますが、少しでもイメージしてもらえたら嬉しいです。深化と探索のバランスは頭で考えると理解はできるのですが、普段の仕事の中では大変難しいものです。色々なところで似たようなことがあると思いますので、普段からは是非意識してみてください。</p>
<p>貴重なお話ありがとうございました。今まで食品業界は自社が扱っている商品を改良するために研究していると思っていましたが、今回お話を聞いて、研究でも仕事が多岐に渡っており、いろいろなことができるのが魅力的だと思いました。これからの就活に参考にしていきたいと思いました。</p>	<p>最近は食品会社も色々な事にチャレンジしているところが増えていきます。就職活動の際には、是非広く企業を研究して、ご自身に合った企業を見つけてください。</p>

<p>ハウス食品は、レトルト食品の会社というイメージがあったが、企業を存続させるため、また世の役に立つために様々な新規事業に取り組んでいることがわかった。また、以前から、なぜ講師の皆さんがお知り合いなのかが気になる。</p>	<p>企業存続のためにこれからも新たな挑戦を続けていきたいと思っています。 異業種の新規事業関係の勉強会などでご一緒した講師の方が何名かいらっしゃいます。</p>
<p>ハウスといえばカレーやスパイスといった印象がとても強かったのですが、食や健康に関して、広域での貢献をされているとう点がとても面白く感じました。この幅広く取り組む傾向があることの背景には、生活スタイルの変化があるという点から変わりゆく情勢を日々キャッチし続ける必要があることがよくわかりました。特に食品系は常に売れるため、安定していて、新しい分野よりも極めるというよりも技術を極めるという感じなのかと思っていたので、Amazonなどのネット販売といった別の流れに対応していかなければならないことが印象的でした。またクラウドファンディングの顧客調査としての活用が新しい流れだと感じました。個人的に日本のカレーが大好きですが、海外のカレーとはまた別のおいしさだなと感じるのですが、日本のカレーの海外進出はどれほどでしょうか？</p>	<p>何十年も前に開発されたレトルト殺菌が、いまだに最前線で活躍しているように、これまで食品業界の技術的な進化は非常に緩やかでした。食品加工そのものではなく、デジタル化やAIなどのテクノロジーの発達により食品提供の常識が変わってくると思います。周辺領域の変化を注意深く読み取る必要があると思っています。</p> <p>日本のカレーはもとは欧風カレーなのですが、今では日式カレーと呼ばれ完全に日本食になっています。カレー商品としては中国や台湾とアメリカの一部にしか進出できておりませんが、世界制覇のポテンシャルを秘めたメニューだと思っていますので、徐々に広めていきたいと思っています。まだまだこれからです。</p>
<p>講義で特に印象に残ったことは、2つある。一つ目は、製品開発の流れが変わってきていることだ。お客様に初めから聞くのではなく、企業側がある程度試作したものを体験して、初めて気づくこともあるというのが、本当にその通りだと思う。企業がやりたいことをあらかじめ提示して、レスポンスを重ねて改良する方が、芯が通っている気がする。二つ目は、高齢者に注目した例だ。健康手的とは言えない食事状況の高齢者に対して、販売の面からではなく、栄養リテラシー向上や解決策提供の面から貢献するというアプローチが印象に残った。スーパーでの食品提供ではない、別の手段で食と人をつなげることもできることが素晴らしいと思う。</p>	<p>製品開発の手法については試行錯誤しているところです。お客様に問う方向は間違いないのですが、大きなニーズではないので規模が小さくなりがちです。小さなところから上手く育てられるような仕組みをつくりたいです。</p> <p>高齢者の健康を考えると食品提供だけでなく、普段の生活からアプローチする必要がありますが、ビジネスに結び付けるのが難しいのが課題です。</p>

今回の講義で、食品業界にとってコロナが良い影響をもたらしたことや、新規事業（変異）を生み出して変化に対応していくという話から、改めて、企業の生存戦略と、生物の生存戦略って似てるなと思いました。内食の需要が減っていき、食品業界が厳しいという状況であったのに、コロナによりガラッと企業を取り巻く環境が変わることで、これまでは生き残るのが厳しいという状況だったのに、生き残れるようになった、というのはまさに、絶滅に瀕してた生物がガラッと環境が変化したことにより、生き延びる様子を想起させました。また、スパイスクレヨンなど、廃棄されてしまうものに新たな価値を与えて流通させることが、とてもいいなと思いました。そして、400万円も支援金が集まったのには、こんなにも多くの人たちが興味を持ってきてるのだと、驚きました。最後に、自分も、玉ねぎの話のように、「気づき」を見逃さないようにしたいです。

一部の領域（家庭内調理）ではコロナは売上につながっていますが、外食の冷え込みは大変厳しく、食品業界全体では大きくマイナスをもたらしています。弊社も全体で見るとマイナスです。ただし、仰るように企業の存続と生物の進化は大変似ており、環境変化に対応するために変異（新規事業）を必要としています。環境変化を見逃さないことと有効な変異を生み出すことがとても重要になってきます。そのためにも日常から小さな気づきを大事にしてください。

興味深い講義をありがとうございました。気になったことが多数ありましたので、質問させて頂きたいと思えます。1点目は、試作品と目標品を消費者に評価してもらおうというお話がありましたが、地域や年代別によって味や匂いの感じ方は変わってくると思います。そこで調査のターゲット層の決め方などありましたら、可能な範囲で教えて頂けますか？2点目は、日本の地域毎に塩味や酸味の感じ方に違いがあるという内容に付随することについて質問させて頂きます。米国や中国といった海外への事業進出についてお話がありましたが、日本でもそうだったように世界規模では国によって味の感じ方には、更に大きな違いがあると思うのですが、過去或いは(コロナが収まってからの)今後に日本で行ったような調査を行ったこと、予定などありますか？最後の質問ですが、地域毎に食文化が異なるような国に進出する際に工夫されていることなどありましたら、教えて頂けますか？

ご質問ありがとうございます。
1点目の調査のターゲットの決め方ですが、これは製品コンセプトのターゲットと同じになります。40代の主婦向けであれば該当するモニターをリクルートします。
2点目の海外での調査についてですが、現地の方を対象に日本と同じような調査を実施しています。我々が感じる美味しさと全く違うので、風味の調整はかなり難しいです。
3点目の食文化の異なるところへの進出の際の工夫については、カテゴリーにもよりますが、カレーの場合は外食としてメニューを広めた後で家庭用のカレーを売っています。また商習慣がわからなかったりするので、適切な現地のパートナーを選ぶようにしています。

<p>本日の講義では、コロナやネットワークの進歩により、消費者の食品に対する需要であったり、スーパーの利用客数が減少するなどの世の中に変化にハウス食品がどのように対応しているかというとても重要なお話を聴くことが出来ました。またスーパーの動線やハウス食品さんやその製品にもより興味を持ちました。講義の中で特に深化と探索の部分のお話や新規事業の部分の特にレトルトカレーの製造でタマネギのトラブルからタマネギの成分に注目し、辛みのないタマネギを作る、廃棄物からクレヨンを製造するという話をとても興味深く面白いと思いました。また、新規事業のお話全体を聴いて、単純にすごいと思ったのと今よりももっとよくなる(例えば過去の事例や研究で知見を広げる、世の中の動向にめを向ける、よりよく出来る方法を考えるなど)を時間をかけてでも一つ一つこなしてきたからだと思いました。本日は貴重なお話をし頂き、ありがとうございました。</p> <p>質問) 上野さんは大学在学中にどのような研究をなさっていたのですか。</p>	<p>変化の激しい時代ですので、ちょっとしたことから変化の兆しをつかめるように日々の生活での気づきを大切にしてください。</p> <p>新規事業に限らず、誰かの困りごとを解決するのがビジネスにつながります。諦めていて困りごとであることすら気づいていないこともたくさんあります。それらを少しでも解決できれば新しい事業や製品が生み出せると思っています。</p>
<p>博士学生：質問／コメント</p>	<p>回答／コメント</p>
<p>カレーの海外での販売事業のお話が面白いと感じました。食文化の違いのなかで日本の食品を紹介するのは本当に難しいことだと思います。食文化は、日々の生活の背景にあるもので既に生活に根付いているものです。そこで食品会社と飲食業界とのコラボレーションという発想が斬新だと感じました。飲食業界と結びつけば、食品会社が新商品を紹介するよりも、日本の食文化をより浸透させやすいと思いますし、興味を持ってもらえると思います。興味深かったです。</p>	<p>外食産業はコロナで大変な打撃を受けているところではありますが、食品メーカーのグローバル展開は、大変重要なファクターとなります。日本に新しい食文化が入ってくるのも外食でメニューとして入ってきますよね。我々も外食産業を上手く活用してグローバル展開を進めていきたいと思っています。</p>

<p>データと分析の重要性を感じ取った。緻密な計算によって成立しており、食品業界はすごい繊細な事業であることが伺える。海外展開や新事業展開に苦労されるお話から、私たちが口にする商品を取り扱うことの難しさを認識することが出来た。まずはお客様に興味を持ってもらう段階から試行錯誤する必要があり、その結果から改善を繰り返し、市場に展開する。これを短期間のスパンで繰り返していることに驚きを隠せなかった。本日は、日々の食卓の進化と研究の過程を説明して頂きありがとうございました。今後は、小さな気づきを大切に物事を考える癖を覚えようと思う。</p>	<p>これまでの食品業界はどちらかというとアナログで職人的な部分が多かったですが、今後はデータをしっかりと蓄積し、AIなども活用しながら開発が進められると思います。</p> <p>半年スパンの開発は企画が決まっているもので、本当に新たなものを投入する際にはもっと時間をかけていくものもあります。</p> <p>これからの変化の激しい社会に対応するためにも変化の兆しとなるような小さな気づきを大事にしてください。</p>
<p>スーパーマーケットでの商品配置（目を引く位置）などの話が興味深かった。食という生命維持活動において、切っても切れないジャンルにおける新規事業の在り方について少し理解できた気がする。</p>	<p>商品の配置にはメーカーやお店の意思が入っています。地域によっても特色が出ますので、是非観察してみてください。</p>
<p>食品業界の動向について、ニーズ、売り場の変化などから食品業界に今後どういった変化が求められているのかの説明がわかりやすかった。</p>	<p>今回の講義では極端な例をお話しいたしましたが、思わぬ方向からの影響で変化を求められることもあります。変化の兆しに気づけるようにしたいと思っています。</p>
<p>今回の授業では色々のことを教えていただき、ありがとうございます。</p>	<p>ありがとうございます。少しでも記憶に残していただければ嬉しいです。</p>
<p>今週の講義で、お客様のニーズから新商品の販売までの商品開発の流れを紹介しました。富士フィルムを実例として出して、前富士フィルム会社の商品開発の授業を思い出しました。デジタルカメラの影響でフィルムの販売危機から新しい商品を開発し始めると思いましたが、今日の授業で、富士フィルムは危機を起し前から、色々な新規起業を試したことを分かりました。スパイスクレヨンの事例でone day a weekとクラウドファンディングを紹介した、貴社は新規起業を重視したことを分かりました。それはコロナ禍で飲食業でも大きな変化を起した現在、貴社に対応できる原因だろうと思います。</p>	<p>富士フィルムさんの事例は成功例ですが、全ての企業が同じ戦略を取れるとは限りません。しかし、調子のいい時に次の時代への準備を怠ると衰退する可能性は高いです。弊社も生き残れるように新しい挑戦を続けていきます。</p>
<p>深化と探索の話で、実はまだ深化にどうしても寄ってしまうなどといった実情を聞いて、やはり頭でわかっているにもかかわらず実際に行動に移すのは難しいのだなと思った。</p>	<p>仰る通り、全く利益につながらない探索活動を続けるのは非常に厳しいです。担当者のモチベーションも上がらないので、向き不向きがあると思っています。</p>

<p>(1)地域と店舗によって、売れる商品とあまり売れない商品があると思います。新商品を販売する前に、売れる商品と売れない商品の種類に関する調査がありますか。また、その原因の調査や対応策などありますか。(2)新規事業の開始は提案や開発、試作、販売など、多くの段階があると思います。食品業界において、新規事業は提案から販売まで、最も難しいところは何か。あるいは、リスクが高そうことがありますか。</p>	<p>地域によって売上の差はあります。ほとんどの製品は全国販売していますので、売れない地域ではお店に並ばないこともあります。あまりにも差があって、生産拠点からの物流に差が生じる時はエリア限定の場合もあります。とんこつラーメンの「うまかっちゃん」は福岡工場で生産し、九州限定販売です。業界的に苦労する部分は品質保証だと思います。口にするものなので、安心・安全を担保する必要があり、試しに試作品を世に出すことができません。ある程度の完成度が必要となるため、軽い検証ができないことがネックとなります。本当は軽い検証を繰り返して、完成度を高めたいと思っています。</p>
<p>感想 年々、amazonといった通信販売の規模が大きくなっていることは実感していたが、通信販売は電化製品や日用品といった非生鮮食品を扱う事業と固定観念があった。しかし、これからはamazonでも生鮮食品を扱うようになるという予想は興味深いと思った。特に膨大な顧客データをもつamazonに対して食品を扱う企業がどのように対抗していくのかを注目してみたと思った。質問 深化と探索のお話がございましたが、探索の事業を続けてこれた秘訣などがございましたら教えていただければ幸いです。</p>	<p>国内のamazonもライフというスーパーと提携して生鮮も手掛けています。この動きは注目かと思います。 https://www.amazon.co.jp/fmc/storefront?almBrandId=44Op44Kk44OV 探索活動が続けられた理由としてはオーナー企業であることかと思います。株主からの利益追求のプレッシャーがかかりにくいので、探索活動も続けられました。当然トップの方針次第ではあります。</p>
<p>企業が持つ既存のスキルを新しい市場への参入に生かす、という話をこれまでのキャリアマネジメントセミナーではよく耳にしていたのですが、今回上野さんのお話の中には、今まで使ったことのないノウハウで新規事業を立ち上げているというお話があり、非常にアクティブだなと思いました。また、企業における研究は自分の好奇心ではなく事業の一環としての研究である、という点で大学の研究とは大きく違うなという印象を持っていたのですが、その中でOne Day a Weekという制度があることに非常に魅力を感じました。クレヨンの開発のような食という枠組みを超えた面白く画期的なアイデアが生まれていて感動しました。</p>	<p>最近の新規事業は持っていないノウハウは外から取ってくるのが主流となっています。ただし、自社の強みを構築しておかないと競争に負けてしまったり、他社とのwin-winが構築できず、協業に至らないケースも出てきますので、何もいらないわけではありません。One Day a Weekでは、自身の想いの実現を大事に取り組んでおります。ここから新規事業が生まれるように頑張ります。</p>

<p>It all sounds interesting about services like Amazon and Rakuten. I had a chance to taste their usefulness during the Corona. But even without restrictions, a lot of Japanese services don't work with other countries (excl. USA and China). Sometimes even internet-site access is restricted from overseas. So about most of the mentioned today products I learned only after coming to Japan.</p>	<p>Certainly, Japan has a unique culture that is easy to develop, so many products and services are not being developed globally. In the future, we would like to promote global expansion so that our products can be purchased anywhere in the world.</p>
<p>高齢者の方の食事に注目し、味覚調査から食事を改良する取り組みですが、大学と連携し、技術を社会に貢献するという点で素晴らしいと思いました。序盤に、国外市場への展開において本来の商品から少し味を地域に合わせて変えているとお話しされていたと思うのですが、地域の方々の口に合う味を作るという点で、味覚調査が役立つこともあるのでしょうか？</p>	<p>美味しく食べられた方が元気にいられるだろうという仮説の元で、高齢者研究を進めています。今のところ味覚研究を国内外の嗜好への対応に連動はできていません。センサーとしての味覚と主観的な好みとの関係がわかれば、もう少し嗜好予測などもできるかもしれません。</p>
<p>スーパーなどにおける商品の陳列法により、視認領域が異なることなど分析されており、企業努力がすごいなと改めて実感した。また、SDGに則ったような企画(スパイスなどを使用したクレヨン作製など)を個人がグループを作って開発できるという習慣(One day in a week?)という取り組みは本当に素晴らしいと感じた。</p>	<p>スーパーの陳列は豆知識としても面白いと思いますので、覚えておいてください。SDGs関連の企画はどの企業も今後増えてくると思います。ビジネスとして上手く回せるアイデアを出せたところが生き残っていくとおも増す。</p>
<p>深化のみならず探索もする両利きの経営が重要であることがわかった。</p>	<p>「両利きの経営」という書籍もあるので、読んでみてください。</p>
<p>食品業界の現状から商品開発の流れを大まかに理解することができた。収益を増やすことを目指した深化と探索のバランスが重要であり、その過程において社会環境の変化に対応していることが分かった。 One day a weekの取り組みにおいて、他部署のヒトとチームを組むことが条件になっていたが、実際にはどのようなチームが組まれているのか疑問に感じた。</p>	<p>One Day a Weekのチームは様々なパターンがあり、日頃の雑談からテーマがスタートする場合やテーマを出して仲間を募集するパターンもあります。いずれの場合もテーマを進めるために必要な社内の専門家に声を掛けたりし、研究所以外の多様な部署のメンバーも含んだ形でチームが構成されるケースも多いです。</p>

今の食品業界において生じていることのお話をしていただいた。まず、世帯支出の変化が起きていることを学んだ。減少しているものとして、食料や衣類があり増加しているものとして交通・通信が挙げられた。食品業界のなかでも、中食（お惣菜など）が増えており、家庭内調理は減少しているとのことであった。現在は、共働き家庭や高齢化社会が進んでおり、こういった変化が生じていると感じた。その中で、スーパーは消えてしまうかもしれないとお話があったように、食品としては減少していても、通販等交通・通信で増加している部分が食品関連でもあると感じる。そこに、単に食品関連としてだけでなく、こういった分野において関わっていくことが食品関連分野においても求められているのかなと感じた。

新規事業と海外進出に取り組んでいるということであり、食品業界での目線からお話をいただき新鮮であった。新規事業を立ち上げるうえでどうすることでリスクマネジメントをとっているかという点に注目していた。深化をする一方で探索を怠らないようにするという考え方は、今後の参考にしていきたいと感じた。私の分野は異なるが、大学の研究機関にいるとどうしても自身の研究分野のみ熱心に勉強することになる（それだけでも十分大変ではあると思う）が、専門性を中心としながら関連分野や他の分野へと探索することで色々な視点での考え方や他の分野のニーズが分かると感じている。また、製造ラインから感じた疑問が実際の事業に発展している例を見て、自身の研究においても実際の臨床（当方、歯科系大学院生です）に生かすような研究を行えば良いなと感じた。

政府統計を使って分析すると世の中の変化が見えてくることがあります。思っていた以上に変化していることに気づき、危機感が生まれるかもしれません。様々な変化の兆しをいち早く捉えることが、今後の未来を創っていくことに大いに役立つと思います。

自分の専門性を磨きながら、他の専門家との交わりを大事にすることが重要かと思います。軸がしっかりしていないと他の専門家のノウハウを十分に活かさせません。おそらく歯科医になることでしょうから、耳鼻科や内科などの先生ともお互いの専門性を活かして交流できるとよりよい成果につながると思います。

そして、先に挙げられていた食品の流通の面に対する取り組みを行い商流のラインにも参画しているということで、単に売り上げの確保ということだけでなく、新たな顧客と出会うことによりそこからさらに関わることがあるのかなとも感じた。食は不可欠なもので、常にどこかに顧客は存在するという言葉の通り、私も歯科系の中で少し珍しい摂食嚥下リハビリテーションという分野に所属しているため食との関りは強く感じている。現在、離乳食があるように高齢者への調整食が開発されつつあるが、それを購入する機会や商流といった点はまだまだ改善が必要と感じている。最後の方にお話がありましたように、認知症やフレイル予防につながる食事スタイルや食事環境を個人単位ではなく社会の仕組みとして取り込んでいけるようにしたいと感じた。

質問

ここにも述べましたように、私は摂食嚥下機能障害をもつ患者様のリハビリテーションを行う分野で研究・臨床しています。今後は、取り扱う食品や介護器具、そして食事環境の設定など課題は多くある事を実感しています。現場のニーズと自身の専門分野を結び付けるうえで留意している点がございましたらご教授いただけますと幸いです。

摂食嚥下リハビリテーションであれば、かなり食分野と親和性が高いですね。病院食や介護食の商流は通常のものとは異なり、新規になかなか入れない状態になっています。もう少し競争環境が整えば、良いものがどんどん入ってくると思います。

嚥下が困難となり、胃ろうしたとたん一気に悪くなるのがよく知られているように、食べるということがフレイルなどにも非常に重要なファクターとなっています。社会全体として動けるように大学や自治体とも連動して取り組んでいきたいと思っています。

私は色々な専門家と交わることを大事にしています。あまりにも自分の専門に特化しすぎると周りが見えなくなります。一見関係ない事象と自分の専門領域のことを結び付けられるスキルが大変重要だと思っています。そのためには自身の専門性を磨き、他の専門家の話を聞くことが必要です。経験上、専門性がないと他の専門家から有用な情報が引き出せないことが多いです。是非、自身の専門性を磨きながら色々な方とお話ししてください。私も食品業界として、いつでもご相談に乗りますので、お気軽にご連絡ください。